

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MEREFERENSIKAN RADIO PRIMA FM

Abstrak

Persaingan di industri media radio siaran yang begitu ketat dimana semakin banyaknya jumlah radio yang ada menyebabkan setiap perusahaan ini harus menempatkan orientasi pada minat konsumen, dalam hal ini pendengar sebagai tujuan utamanya. Radio Prima FM merupakan salah satu radio siaran swasta yang ada di Jepara memiliki berbagai program acara yang bervariasi. Selama mengudara, Radio Prima FM sering mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pendengar yang jumlahnya dapat dikatakan sangat signifikan. Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah terjadi penurunan jumlah pendengar radio Prima FM. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan jumlah pendengar sehingga menciptakan sikap pendengar dalam mereferensikan radio ke teman atau kerabat mereka. Suatu radio harus memenuhi harapan dari pendengarnya jika ingin dipilih, dan untuk memenuhi harapan itu, radio perlu mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi sikap pendengar dalam mereferensikan radio. Metode pengumpulan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yaitu dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian adalah pendengar radio Prima FM, dengan jumlah sampel 100 orang. Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara multivariate dengan menggunakan regresi dua tahap. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas program, kualitas penyiar, sikap pendengar berpengaruh terhadap minat mereferensikan radio.

Kata kunci : kualitas program, kualitas penyiar, sikap pendengar, minat mereferensikan

PENDAHULUAN

Salah satu hasil dari perkembangan teknologi ini adalah satelit komunikasi . Dengan kemajuan teknologi ini mendorong timbulnya bisnis dalam bidang informasi (Koswara, 2006). Industri jasa telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan sumbangan pendapatan nasional (Harsasi, 2006). Sebagaimana lembaga-lembaga lain yang dapat menghasilkan banyak keuntungan, maka para pemilik modal pun akhirnya ramai-ramai melakukan bisnis informasi melalui pers, diantaranya dengan menerbitkan surat kabar, membuat televisi ataupun radio. Media massa yang dapat digunakan sebagai sumber informasi adalah media elektronik yang berupa radio siaran.

Persaingan di industri media radio siaran yang begitu ketat dimana semakin banyaknya jumlah radio yang ada menyebabkan setiap perusahaan ini harus

menempatkan orientasi pada minat konsumen, dalam hal ini pendengar sebagai tujuan utamanya.

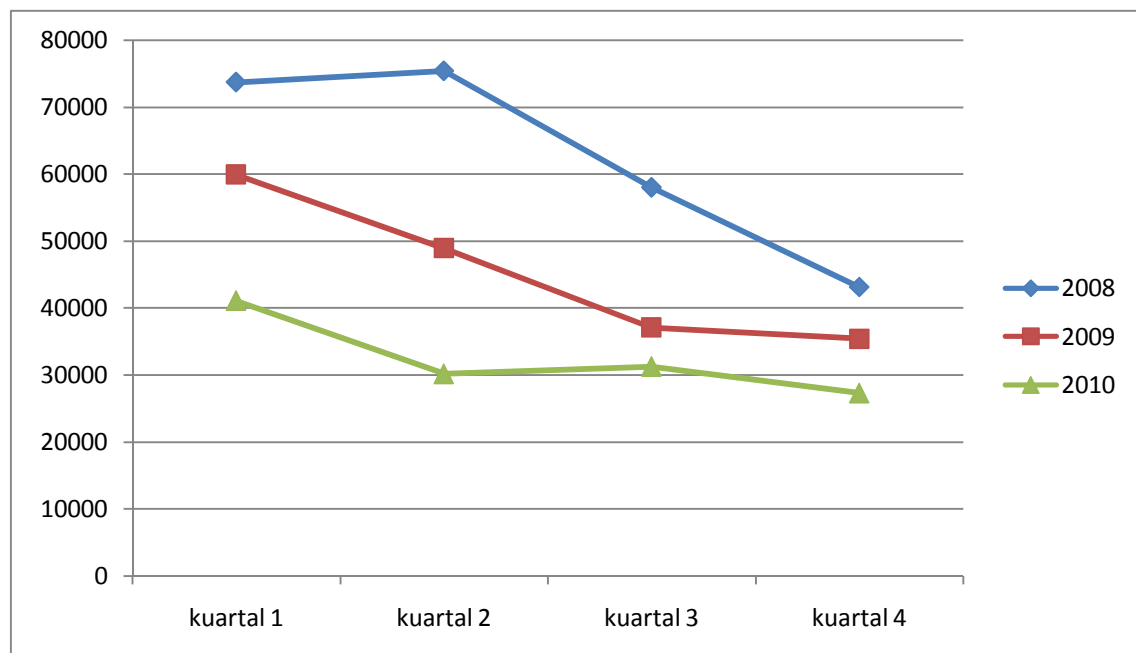
Radio Prima FM merupakan salah satu radio siaran swasta yang ada di Jepara memiliki berbagai program acara yang bervariasi. Selama mengudara, Radio Prima FM sering mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pendengar yang jumlahnya dapat dikatakan sangat signifikan.

Tabel 1
Data Pendengar Radio Prima FM

tahun	kuartal 1	kuartal 2	kuartal 3	kuartal 4
2008	73710	75384	57996	43119
2009	59940	48951	37125	35451
2010	41094	30159	31266	27297

Sumber : Radio Prima FM

Gambar 1.1
Data Pendengar Radio Prima FM



Sumber : Radio Prima FM

Berdasarkan data pendengar melalui telepon maupun sms, jumlah pendengar Radio Prima FM mengalami penurunan yang terjadi pada tahun 2008 sampai tahun 2010. Dari data diatas dapat terlihat bahwa dari kuartal 1 sampai kuartal 4 jumlah pendengar mengalami penurunan yang drastis.

PERUMUSAN MASALAH

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah “terjadi penurunan jumlah pendengar radio Prima FM” Jika jumlah pendengar menurun berarti menurun juga sikap pendengar dalam mereferensikan radio tersebut ke teman atau kerabat mereka.

Dengan demikian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan jumlah pendengar sehingga menciptakan sikap pendengar dalam mereferensikan radio ke teman atau kerabat mereka. Suatu radio harus memenuhi harapan dari pendengarnya jika ingin dipilih, dan untuk memenuhi harapan itu, radio perlu mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi sikap pendengar dalam mereferensikan radio.

TUJUAN PENELITIAN

- Menganalisis pengaruh kualitas program terhadap sikap pendengar radio.
- Menganalisis pengaruh kualitas penyiar terhadap sikap pendengar radio.
- Menganalisis pengaruh sikap pendengar radio terhadap minat mereferensikan radio

MANFAAT PENELITIAN

- Memberi pengetahuan pada kalangan akademis maupun masyarakat, terutama yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi minat mereferensikan radio.
- Memberi masukan kepada Radio Prima FM untuk lebih mengembangkan strategi pemasaran guna meningkatkan jumlah pendengar.

TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Minat mereferensikan

Tingginya minat mereferensikan akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk/jasa. Inti dari minat mereferensikan adalah mengetahui apa yang

menjadi keinginan konsumen atau pelanggan melalui mereferensikan informasi antar pelanggan.

Sikap Pendengar Radio

Sikap terhadap merek menurut Assael (2001: 282) adalah kecenderungan yang dipelajari oleh konsumen untuk mengevaluasi merek dengan cara mendukung (positif) atau tidak mendukung (negatif) secara konsisten.

Kualitas Program

Definisi strategic dari kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan consume. Program siaran dibagi menjadi 2 macam yaitu program musik dan sajian informasi (Romli, 2009: 74-80) membaginya menjadi 4 program yaitu :

Program musik, Program berita, Talks show, Program dakwah.

Kualitas Penyiar

Menurut Romli (2009:37) penyiar adalah orang yang bertugas membawakan atau memandu acara di radio, penyiar merupakan ujung tombak radio dalam berkomunikasi atau berhubungan dengan pendengar.

Hipotesis Kualitas Program terhadap Sikap Pendengar Radio :

Menurut Eastman (1985:10-16) jika dapat menciptakan program yang berkualitas maka akan menentukan sikap pendengar untuk mendengarkan radio atau dengan kata lain pendengar tidak banyak yang mengganti channel. Berdasarkan hasil temuan penelitian tersebut, dapat memperkuat hipotesis yang diajukan oleh peneliti :

- *Hipotesis 1 : Semakin tinggi kualitas suatu program maka semakin baik sikap pendengar radio tersebut.*

Hipotesis Kualitas Penyiar terhadap Sikap Pendengar Radio :

Geller (2007:30) mengatakan keberhasilan seorang penyiar dalam membawakan suatu topic yang menarik bagi pendengarnya, penyiar tersebut akan selalu ditunggu-tunggu pendengar. Ini berarti kualitas penyiar akan menentukan sikap pendengar radio. Berdasarkan temuan tersebut dapat memperkuat hipotesis yang diajukan oleh peneliti :

- *Hipotesis 2 : Semakin tinggi kualitas penyiar maka semakin baik sikap pendengar radio tersebut*

Hipotesis Sikap Pendengar Radio terhadap Minat Mereferensikan :

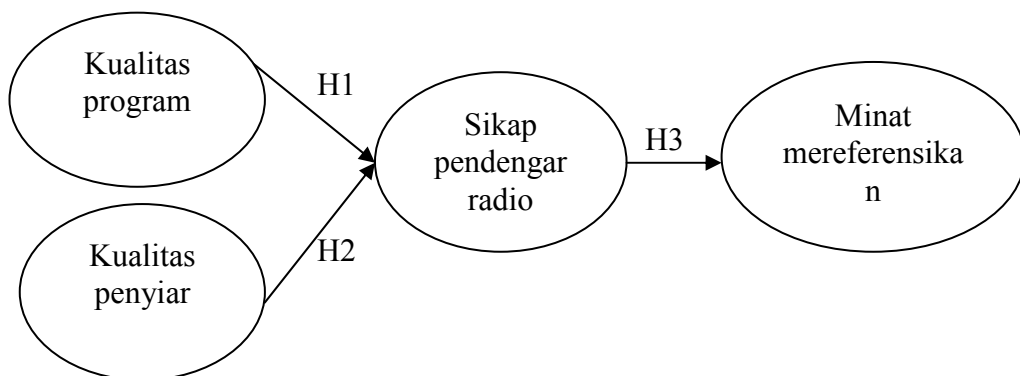
Sikap terhadap merek merupakan tolak ukur dalam menentukan minat mereferensikan positif atau tidaknya seseorang pengguna jasa. Bila penelitian yang dihasilkan merupakan penelitian yang positif, maka sikap terhadap merek ini akan berdampak pada terjadinya minat mereferensikan. Atas dasar pemikiran tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis:

- *Hipotesis 3 : Semakin baik sikap pendengar radio maka semakin tinggi minat mereferensikan radio tersebut*

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Berdasarkan telaah pustaka dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran teoritis yang dapat dikembangkan lebih lanjut seperti pada gambar 1 berikut ini :

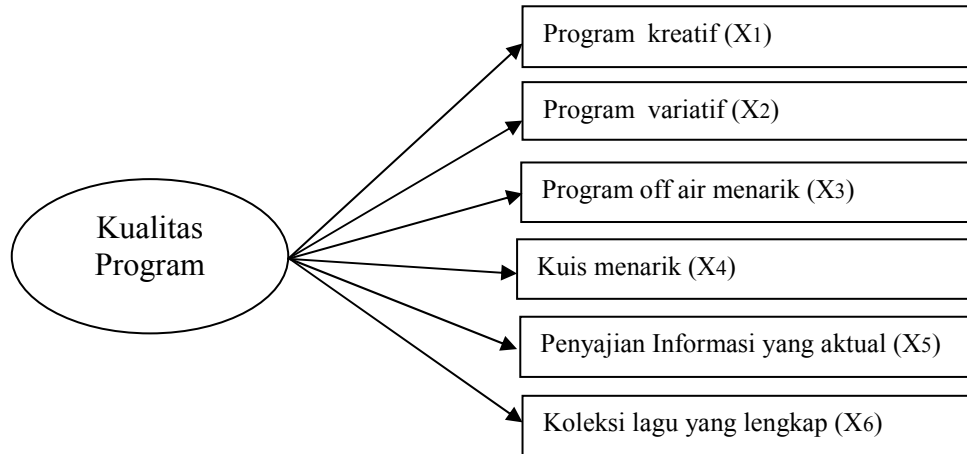
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : hasil literatur review yang dikembangkan untuk penelitian

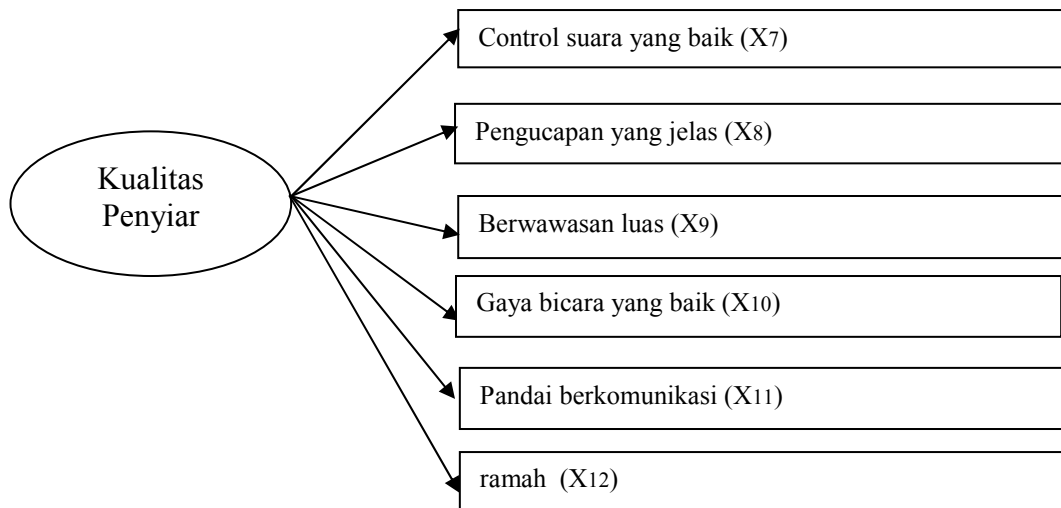
DIMENSIONALISASI VARIABEL

Gambar 2.2 : Variabel Kualitas Program



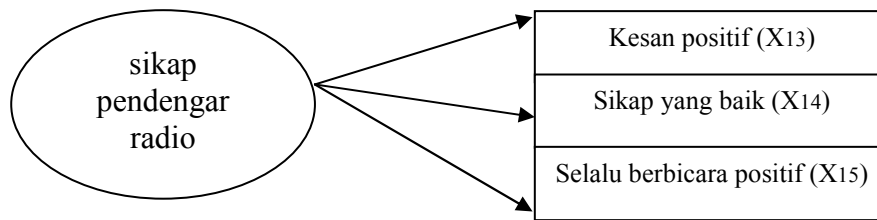
Sumber : Eastman (1985) dan dikembangkan untuk penelitian

Gambar 2.3 : Variabel Kualitas Penyiar



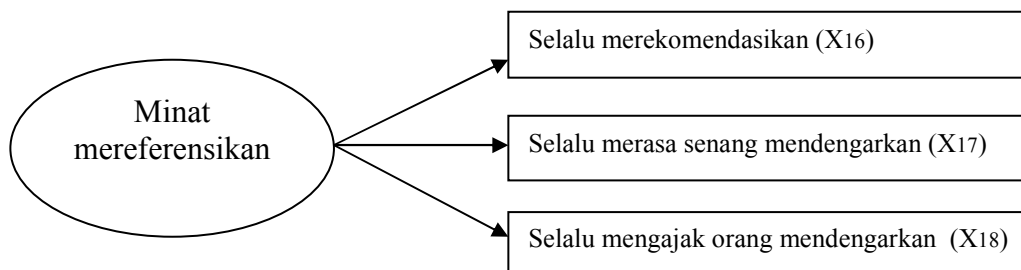
Sumber : Romli (2009) dan dikembangkan untuk penelitian

Gambar 2.4 : Variabel sikap pendengar radio



Sumber : (Assael, 2001 : 82) dan dikembangkan untuk penelitian

Gambar 2.5 : Variabel Minat Mereferensikan Radio



Sumber : Budiman, (2003), dikembangkan untuk penelitian

POPULASI DAN SAMPEL

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pendengar Radio Prima FM. Penelitian ini dengan menggunakan 18 indikator membutuhkan sampel sebanyak 18 x 5 atau 90 sampel. Untuk memudahkan penelitian maka sampel dibulatkan menjadi 100. Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria pemilihan sampel tersebut adalah : Pendengar dewasa yang berusia minimal 17 tahun yang tergabung dalam Prima FM fans club ; Pendengar dewasa yang aktif berkunjung dan sering berinteraksi melalui telepon maupun sms ke radio Prima FM.

METODE PENGUMPULAN DATA

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner berupa pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Pertanyaan tertutup dibuat dengan menggunakan skala interval, untuk memperoleh data yang jika diolah menunjukkan pengaruh atau hubungan antara variabel. Sedangkan pertanyaan terbuka diperlukan untuk mendukung secara kualitatif dari data kuantitatif yang diperoleh dan akhirnya dapat digunakan sebagai implikasi manajerial. Skala yang digunakan pada rentang interval 1-10.

METODE ANALISIS DATA

Data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisis terlebih dahulu agar mempermudah dalam melakukan pengambilan keputusan. Adapun analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi dua tahap.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik responden dari penelitian ini rata-rata pendengar yang mendengarkan radio Prima FM adalah berjenis kelamin perempuan berusia rata-rata 18 sampai 30 tahun berpendidikan SMA. Hal ini sesuai dengan target yang dituju oleh manajemen radio Prima FM yang menekankan pada pangsa pendengar usia remaja.

ANALISIS REGRESI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS TAHAP 1

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,782. Hal ini berarti besar variasi variabel sikap pendengar yang dapat diterangkan oleh variasi variabel kualitas program dan kualitas penyiar adalah 78,2 % sedangkan sisanya 21,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

Dari uji ANOVA didapat nilai F hitung sebesar 173.795 dengan probabilitas 0.000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Sikap pendengar atau dapat dikatakan bahwa kualitas program dan kualitas penyiar secara bersama-sama berpengaruh terhadap sikap pendengar. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y_1 = 0,609 X_1 + 0,313 X_2$$

Kualitas program berpengaruh positif terhadap sikap pendengar dengan koefisien regresi sebesar 0,609. Koefisien regresi tersebut berarti setiap peningkatan kualitas program dan variabel bebas yang lain konstan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan sikap pendengar radio Prima FM.

Kualitas penyiar berpengaruh positif terhadap sikap pendengar dengan koefisien regresi sebesar 0,313. Koefisien regresi tersebut berarti setiap peningkatan kualitas penyiar dan variabel bebas yang lain konstan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan sikap pendengar radio Prima FM.

ANALISIS REGRESI DAN PENGUJIAN HIPOTESIS TAHAP 2

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,706. Hal ini berarti besar variasi variabel minat mereferensikan dapat diterangkan oleh variasi variabel sikap pendengar adalah 70,6 % sedangkan sisanya 29,4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 235,046 dengan probabilitas 0.000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat mereferensikan atau dapat dikatakan bahwa sikap pendengar berpengaruh terhadap minat mereferensikan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y_2 = 0,840 Y_1$$

Sikap pendengar pada Radio Prima FM berpengaruh positif signifikan terhadap minat mereferensikan dengan koefisien regresi sebesar 0,840. Koefisien regresi tersebut berarti peningkatan sikap pendengar akan mempengaruhi peningkatan minat mereferensikan Radio Prima FM.

PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengujian SPSS, hasil uji t terhadap variabel independen diperoleh nilai probabilitas < dari 0,05, dimana untuk variabel kualitas program nilai t hitung sebesar 7,390 dan nilai probabilitas 0,000. Berdasarkan hasil tersebut

membuktikan bahwa hipotesis pertama dimana diduga variabel kualitas program berpengaruh terhadap variabel sikap pendengar radio, terbukti secara nyata. Ini sesuai dengan pendapat yang dikatakan oleh Eastman (1985:10-16) dimana jika dapat menciptakan program yang berkualitas maka akan menentukan sikap pendengar untuk mendengarkan radio atau dengan kata lain pendengar tidak banyak yang mengganti channel. Semakin tinggi kualitas program maka semakin baik sikap pendengar radio. Dan program yang paling disukai oleh para pendengar radio Prima FM adalah program acara Jamrud (Jalur Anak Muda Baru Gede) dimana program tersebut berisi request lagu hits dengan info selebriti, showbiz dan tren remaja. Untuk indikator program bervariasi memiliki nilai indeks yang tertinggi untuk itu indikator tersebut perlu mendapat perhatian dimana radio Prima FM harus mempertahankan program yang sudah ada dengan pembenahan-pembenahan jika itu perlu dilakukan. Adapun hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel kualitas penyiar menjadi variabel yang mempunyai pengaruh terhadap sikap pendengar radio Prima FM setelah di uji memperoleh hasil uji t sebesar 3,798 dan nilai probabilitas 0,000. Keberhasilan sebuah program acara dengan parameter jumlah pendengar dan pemasukan iklan utamanya ditentukan oleh kepiawaian penyiar dalam membawakan sekaligus “menghidupkan” acara tersebut. Geller (2007:30) juga mengatakan keberhasilan seorang penyiar dalam membawakan suatu topik yang menarik bagi pendengarnya, penyiar tersebut akan selalu ditunggu-tunggu pendengar.

Semakin tinggi kualitas penyiar maka semakin baik sikap pendengar radio. Dan kualitas penyiar paling disukai oleh para pendengar radio Prima FM adalah penyiar yang dapat mengucapkan dengan jelas setiap kata yang keluar dari mulutnya. Pendengar tidak menyukai penyiar ketika sedang siaran dalam mengucapkan kata-kata tidak jelas, dibuat-buat, dan lain-lain.

Untuk hipotesis ketiga yang diduga bahwa variabel sikap pendengar berpengaruh terhadap minat mereferensikan setelah dilakukan penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 12,938 dan nilai probabilitas 0,000. Jadi berdasarkan hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa variabel sikap pendengar berpengaruh secara signifikan terhadap minat mereferensikan. Semakin baik sikap pendengar maka semakin tinggi minat mereferensikan radio. Penelitian yang dihasilkan merupakan penelitian yang positif, maka sikap terhadap merek ini berdampak pada terjadinya minat mereferensikan. Untuk indikator sikap yang baik memiliki nilai indeks yang tertinggi ini berarti pendengar sudah menunjukkan sikap yang baik ke radio Prima FM akan tetapi untuk indikator selalu mengajak orang untuk mendengarkan nilai indeksnya sangat rendah untuk itu perlu ditingkatkan lagi sehingga dapat menjangkau pendengar-pendengar yang sudah tidak aktif lagi mendengarkan maupun pendengar baru yang akan mendengarkan radio Prima FM.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian dengan menggunakan data empiris menunjukkan bahwa kualitas program yang diukur dengan enam indikator yang meliputi program kreatif, program variatif, program off air menarik, kuis menarik, penyajian informasi yang aktual dan koleksi lagu yang lengkap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap pendengar radio.
2. Hasil penelitian dengan menggunakan data empiris menunjukkan bahwa kualitas penyiar yang diukur dengan enam indikator yang meliputi kontrol suara yang baik, pengucapan yang jelas, berwawasan luas, gaya bicara yang baik, pandai berkomunikasi dan ramah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap pendengar radio.

3. Hasil penelitian dengan menggunakan data empiris menunjukkan bahwa sikap pendengar radio yang diukur dengan tiga indikator yang meliputi kesan yang positif, sikap yang baik dan selalu berbicara positif terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mereferensikan radio.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Variabel independen	Indikator	Implikasi manajerial
Kualitas Program	Program kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Pada bulan ramadhan membuat program sandiwara radio dengan cerita dan diiringi efek suara yang menarik. • Berilah nama program siaran yang kreatif untuk menarik pendengar
	Program variatif	<ul style="list-style-type: none"> • Tambahkan beberapa program yang sedang trend di masyarakat. Seperti program musik k-pop yang saat ini tengah disukai para remaja.
	Program off air menarik	<ul style="list-style-type: none"> • Secara berkala mengadakan survey kegiatan off air seperti apa yang dikehendaki oleh pendengar dan target pendengar. • Mengupdate berbagai macam event yang diadakan di luar kota atau di luar negeri agar mendapat variasi konsep off air. • Melakukan evaluasi setelah event diselenggarakan, apakah terdapat kritik dan saran dari pendengar.
	Kuis menarik	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan kuis yang menarik bagi target pendengar sehingga pendengar banyak yang mengikuti kuis tersebut. • Siapkan hadiah yang menarik bagi pendengar dan tentukan jam siar dan bentuk promo kuis tersebut

Variabel independen	Indikator	Implikasi manajerial
	Penyajian Informasi yang aktual	<ul style="list-style-type: none"> • Tim jurnalis harus selalu memberikan informasi yang benar dan terpercaya, baik yang terjadi di lingkup nasional maupun yang terjadi di lingkup lokal. • Tim jurnalis harus piawai dalam menyampaikan isi berita, tidak hanya mengulang berita yang ada di tv dan surat kabar saja.
	Koleksi lagu yang lengkap	<ul style="list-style-type: none"> • Music director harus peka terhadap lagu-lagu yang sedang disukai oleh pendengar, mulai dari lagu yang sedang banyak muncul di tv, musisi yang sedang digemari, dll. • Putarkan lagu apa yang pendengar ingin dengar bukan hanya memutar lagu yang ingin didengar oleh penyiar. • Kerjasama dengan berbagai label musik untuk mendapatkan lagu-lagu terbaru.
Kualitas penyiar	Kontrol suara yang baik	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam pemilihan penyiar selanjutnya harus memperhatikan pola titinada, kerasnya suara, tempo, dan kadar suara calon penyiar • Bagi penyiar lama harus berlatih mengatur suara sebelum siaran dimulai seperti, misalnya senam mulut

Variabel independen	Indikator	Implikasi manajerial
	Pengucapan yang jelas	<ul style="list-style-type: none"> Berlatih membaca dengan jelas huruf hidup : A, I, O, E, U Berlatih membaca narasi pendek berisi kisah sedih atau gembira, berhenti saat nada tinggi, berteriak, menangis. Berceritalah dengan keras didepan cermin, gunakan bibir dan lidah sesering mungkin dalam mengolah suara.
	Berwawasan luas	<ul style="list-style-type: none"> Penyiar meng-update dirinya sendiri agar siarannya mempunyai value yang lebih baik.
	Gaya bicara yang baik	<ul style="list-style-type: none"> Penyiar harus memiliki gaya bicara yang baik yang tidak mengandung logat daerah.
	Pandai berkomunikasi	<ul style="list-style-type: none"> Dari pihak stasiun radio bisa menyediakan training internal bagi penyiarnya agar keterampilan berkomunikasi dapat terus dikembangkan.
	Ramah	<ul style="list-style-type: none"> Penyiar menyapa para pendengar yang sedang berkunjung ke stasiun radio, jangan terlalu jaga image.
Sikap pendengar radio	Kesan yang positif	<ul style="list-style-type: none"> Berikan kesan yang baik pada pendengar di semua program siaran. Dalam kegiatan off air berikan pula kesan yang positif sehingga masyarakat mendengarkan radio dengan intensitas tinggi setelah datang ke sebuah off air radio

Variabel independen	Indikator	Implikasi manajerial
	Sikap yang baik	<ul style="list-style-type: none"> • Tunjukkan sikap yang baik ketika ada pengunjung yang datang untuk suatu keperluan. Misalnya calon pengiklan yang ingin beriklan di radio atau pendengar yang datang untuk menanyakan informasi tentang berbagai program siaran.
	Selalu berbicara positif	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkatkan pelayanan untuk pendengar sehingga tidak ada obrolan yang tidak menyenangkan di kalangan para pendengar.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian hanya menggunakan variabel kualitas program, kualitas penyiar dan sikap pendengar sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat mereferensikan radio dan hal tersebutlah yang menyebabkan ketiga variable independen hanya memiliki pengaruh terhadap minat mereferensikan sebesar 70,6%. Maka perlu dicari faktor lain yang secara teoritis berpengaruh terhadap minat mereferensikan karena penelitian manajemen merupakan penelitian multidimensi.

AGENDA PENELITIAN YANG AKAN DATANG

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambahkan variable independen tambahan seperti brand image, sehingga mampu menjelaskan minat mereferensikan yang tinggi dibandingkan dengan variabel independen lainnya. Penelitian selanjutnya hendaknya mengarah ke penelitian pada objek penelitian yang lebih luas, untuk mendapatkan hasil yang lebih umum terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sikap pendengar radio serta dapat meningkatkan minat mereferensikan.

DAFTAR REFERENSI

Amstrong dan Kotler (2003). **Dasar-dasar Manajemen Pemasaran**. Diterjemahkan oleh Bambang Sarwiji, Edisi 9 Jilid 1. Indeks : Jakarta

Agusty Ferdinand, (2006). **Metode Penelitian Manajemen**, Edisi II, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Assael H. (2001), **Consumers Behavior and Marketing Action**, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS.

Aaker, David A. (1991). **Managing Brand Equity, Capitalizing on The Value of a Brand Name**. New York:Macmillan

Basu Swastha dan Irawan, (2001). **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty, Yogyakarta

Basu Swastha dan T. Hani Handoko, (1997) **Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen**, Edisi 3, Liberty, Yogyakarta

Budiman, (2003). **Minat Mereferensikan Dalam Proses Adopsi Konsumen Pasca Masa Edukasi Pasar Fitur GPRS IM3 Smart Di Surabaya**. Journal Sains Marketing Indonesia Volume II, No. 1, Mei 2003, halaman 1 – 18

Eastman, Susan Tyler, Sydney W.Head, Lewis Klein. (1985). **Broadcast Cable Programming Strategies and Practices Second Edition**. USA:Wadsworth Publishing Company.

Fajar, Laksana, (2008). **Manajemen Pemasaran**, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono, (2004). **Pemasaran Jasa**, Bayu Media Malang.

Ferdinand, A.T., (2006). **Metode Penelitian Manajemen**. Edisi II, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Fuad Mas'ud, (2004) **Survai Diagnosis Organisasional, Konsep dan Aplikasi**, Badan Penerbit UNDIP, Semarang

Gasperz, V, (1997), **Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total**. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Geller, Valerie, (2007). **Creating Powerful Radio**. USA : Elsevier

Ghozali (2006). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Edisi I, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Hair, Joseph F. Jr, Rolph, E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black, (1995). **Multivariate Data Analysis with Readings**, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall

Imam Ghozali, (2002) **Analisis Multivariate dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Indriantoro, Nur dan Supomo, B., (1997). **Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen**, BPFE, Yogyakarta

Koswara, Komariah, Setianti. (2006). **Penerapan Fungsi Manajemen Media Massa Di Radio Pelangi Nuansa Swaratama Sumedang**

Lovelock, Christopher & Wright (2007). **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta : Intermasa

McDowell, Walter S, Steven J.Dick. (2005). **Revealing a Double Jeopardy Effect in Radio Station Audience Behavior**. Journal Of Media Economics, 18(4), 271-284

McQuail, Denis. (1987). **Teori Komunikasi Massa**. Jakarta : Erlangga

Parasuraman, A Valerie, A Zeithaml and Leonard L, Berry (1988),”**A Multiple Item Scale for Measuring Consume Perception on Future Research**”.Journal of Marketing, Vol 49 No. 1

Peter Drinkwater, Mark Uncles. (2007). **The Impact of Program Brands on Consumer Evaluations of Television and Radio Broadcaster Brands**. Journal of Product & Brand Management 178–187

Potter, Robert F. (2009). Double the Units: **How Increasing The Number of Advertisements while Keeping the Overall Duration of Commercial Breaks Constant Affects Radio Listeners**. Journal of Broadcasting & Journal of Broadcasting & Electronic Media

Romli, Asep Syamsul M. (2009). **Dasar-dasar Siaran Radio**. Bandung : Nuansa

Shimp, Terrence A. (2003). **Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Jakarta : Erlangga

Setiadi, Nugroho J. (2003). **Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran**. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.

Sugiyono, (1999). **Metode Penelitian Bisnis**. Alfabeta: Bandung

Supriyono, (2008). **Efek Satisfaction pada Loyalty Pendengar Radio Suara Surabaya**. Journal Research Of Economics and Business Vol.8 No.1